わたしたちの“今”を皆様にお伝えします
アサヒスーパーレポート

Asahi SuperReport

平成17年冬号

第82期第3四半期事業報告書

平成17年1月1日〜平成17年9月30日

バイオマス
エタノール製造の
実証研究開始へ

チルド飲料事業に
本格進出

アサヒ新生3（しんなまスリー）

新発売

アサヒ酵母ナンバー

ご好評につき第2回発売

“Challenge” SUPER “DRY”

ごあいさつ

株主の皆様には、ますますご清栄のこととお慶び申しあげます。日頃より格別のお引き立てを賜り誠にありがたく厚くお礼申しあげます。

アサヒビールグループは、10年後も社会から高く評価され、社員が活き活きと働くことができる企業グループであり続けるために、平成18年を最終年度とする3カ年の「第2次グループ中期経営計画」を策定し、強力に推し進めております。

当第3四半期の連結売上高は前年同期比0.8%増の1兆552億円、連結四半期純利益は前年同期比15.4%増の360億円となりました。

特にグループ事業の収益構造改革の成果が表れ、成長し続けるアサヒ飲料㈱とともに、アサヒフードアンドヘルスケア㈱も売上拡大と収益性改善により、当期は通年での黒字化を予想しております。

また、積極的なM&Aによる戦略的事業投資も進めており、当第3四半期には「㈱エルビー・名古屋」をアサヒビールグループに迎え入れました。

アサヒビール株式会社
代表取締役会長
福地茂雄

代表取締役社長
池田弘一

今後も、中期経営計画の目標達成に向け、グループ一丸となって取り組んでまいります。

株主の皆様におかれましては、何卒一層のご支援を賜りますよう、よろしくお願い申しあげます。

平成17年12月

この3カ月の取り組み

Quarter Year Summary

7月

- 6日 「アサヒ旬果搾り夏限定缶 ライチ・レモン・パッションフルーツ」新発売
- 20日 「こめ焼酎かのか900mℓ紙パック」「本格麦焼酎 豊醇玄海（ほうじゅん）900mℓ紙パック」新発売
- 23日 全国9つのビール工場で「夏休み親子見学ツアー」開催（～8月28日）
- 27日 「アサヒ新爽感チューハイDew（デュー） ウメ」「同シトラス」新発売

8月

- 31日 **「アサヒカクテルパートナー ワインカクテルシリーズ」**新発売
- 31日 「アサヒ旬果搾り 秋限定缶」新発売（季節限定商品）
- 31日 チルド飲料メーカー㈱エルビー・名古屋の株式取得について契約締結

9月

- 7日 「むぎ焼酎かのか」「本格麦焼酎 豊醇玄海（ほうじゅん）」220mℓペットボトル新発売
- 7日 ㈱ローソンとの共同開発商品 プレミアム発泡酒「アサヒ 麦香る時間（むぎかおる とき）」新発売
- 14日 「フォション香り紅茶酒 キャラメル&シナモン」新発売
- 14日 季節限定「ニッカ シードル・ロゼ」本年も発売
- 14日 「サントネージュ ほんのり甘い梅わいん1.8ℓ紙パック」新発売
- 21日 「ビールのおいしさ探求プロジェクト」第一弾 **「アサヒ酵母ナンバー」**新発売
- 21日 **「東京オクトーバーフェスト」**に特別協賛（～10月2日）
- 21日 「誕生40周年記念限定製造ブラックニッカ12年」発売
- 21日 “ニッカウヰスキー180（ワン・エイティ）ボトルコレクション”の展開開始
- 28日 「アサヒ新爽感チューハイDew（デュー） ジンジャーレモン」新発売

「アサヒカクテルパートナー ワインカクテルシリーズ」大好評!

低アルコール飲料カテゴリーの主力商品「カクテルパートナー」から、ワインカクテルシリーズ「サンライズルビー」「シャルドネスプリッツァー」「ロゼピーチ」を新発売。これらに加え、既存商品の販売も好調で、本年8月における同ブランドの販売状況は単月前年比164%となりました。

「アサヒ酵母ナンバー」ご好評につき第2回発売

アサヒビール独自の酵母バンクから4つの酵母を厳選して醸造。酵母が造るビールのおいしさを飲み比べていただける新商品として数量限定で発売した「酵母ナンバー」。予約受注終了後も多数のご注文をいただいたことから、本年12月14日より第2回発売を開始します。

「東京オクトーバーフェスト」に特別協賛

“日本におけるドイツ年”の一環として、ドイツ・ミュンヘンで行われる世界最大のビール祭り「オクトーバーフェスト」の賑わいを伝えるイベント「東京オクトーバーフェスト」が開催され、ご来場者には「スーパードライ」をはじめとするさまざまなビールをご堪能いただきました。

写真はイメージです。

TOPICS

チルド飲料事業の強化とワイン製造子会社の集約

アサヒビールグループは、中期経営計画のもと戦略的な事業投資を行っています。
本年9月にはチルド飲料メーカーの㈱エルビー・名古屋を傘下におさめました。
また、10月にはグループの最適生産体制の構築を図るため、
国産ワインの製造体制をサントネージュワイン㈱に集約しました。
「成長性に溢れるグループへの変革」に向けて、事業構造改革は着実に進んでいます。

チルド飲料事業の強化に向けて ㈱エルビー・名古屋の株式を取得

アサヒビール㈱は、国内飲料事業の強化を目指し、本年9月にカネボウ㈱の子会社である㈱エルビー・名古屋の発行済み株式の約97%を取得。アサヒビールグループの傘下におさめました。
㈱エルビー・名古屋は、昭和25年に設立されたチルド飲料メーカーで、主力商品「宅配専用砂糖不使用くろ酢」をはじめとする健康・美容飲料の商品開発力と、全国の牛乳販売店を活用した宅配ネットワークを強みとしています。
アサヒビールグループは、本年4月に株式取得した茶系チルド飲料のトップメーカー㈱エルビー・埼玉と㈱エルビー・名古屋を、チルド飲料事業のコア事業体と位置づけるとともに、アサヒ飲料㈱とのシナジー効果を発揮することで、チルド飲料市場で確固たる存在感を確立していくことを目指していきます。

工場の製造ラインを流れるエルビー製品（名古屋）

グループのワイン製造子会社を1社に集約。新しいサントネージュワイン㈱がスタート

本年9月1日、アサヒビールワイナリー㈱とサントネージュワイン㈱が統合し、新しいサントネージュワイン㈱がスタートしました。アサヒビールグループ内のワイン製造子会社を1社に集約することで、国産ワインブランドの強化とコスト競争力の向上を図ります。
本年の当社国産ワインの伸びは、業界平均を大きく上回っており、新たに発売した「ほんのり甘い梅わいん1.8ℓ紙パック」も"梅ブーム"に乗り順調なスタートを切っています。今後は、「酸化防止剤無添加有機ワイン」「酸化防止剤無添加ワイン物語」「アサヒ梅ワイン」などの安心・安全・健康志向商品を重点商品として展開するとともに、人気が高まる「国産ぶどう100%わいん」をフラッグシップ商品として確立し、サントネージュブランドの強化に取り組んでいきます。

Ste. Neige
サントネージュ

写真左から、
「ほんのり甘い梅わいん」
「酸化防止剤無添加有機ワイン」
「酸化防止剤無添加ワイン物語」
「アサヒ梅ワイン」

"Challenge" SUPER "DRY"

お客様がビールに対して真に望むことの実現――
これこそが「アサヒスーパードライ」の挑戦である。
アサヒビールは、この考えのもと「スーパードライ」の
さらなるブランド力強化に向けさまざまな施策を展開しています。

特別篇 アサヒスーパードライをさらにおいしく楽しむために 「おいしいビール」の注ぎ方

アサヒスーパードライのさらなるブランド力強化に向けたさまざまな施策をご紹介している「チャレンジ!スーパードライ」。
ビールを飲む機会の多い年末年始を控えた今回は、特別篇として「おいしいビール」の注ぎ方をご紹介します。

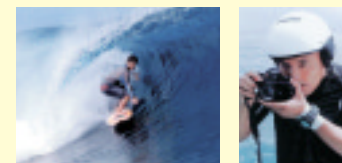
「おいしいビール」の注ぎ方

おいしさの決め手は「泡のフタ」

ビールの泡が「おいしいビール」のために重要な役割を担っているって、ご存じでしたか?ビールが空気にふれて酸化するのを「泡のフタ」が防ぐのです。泡の下にビールをくぐらすように注ぎ、泡の下側に上唇を入れるようにして飲むと、泡がビールの酸化を防ぎ、新鮮なビールを長く堪能できます。飲んでいる途中で注ぎ足さず、泡が消えないうちにグラスをあけましょう。
また、きれいなグラスも大切です。グラスが汚れていると、ビールの炭酸ガスが分離し、せっかくの味や香りが台無しになります。グラスはよく洗い、清潔な布の上にふせて自然乾燥させましょう。さらにグラスを冷蔵庫で冷やしておけば、きめ細やかな泡立ちが楽しめます。

「THE SUPER DRY FILMS」プロジェクト第4作目『THE WAVE』を専用ウェブサイトで公開しています。

URL http://www.asahibeer.co.jp/superdry/

「THE SUPER DRY FILMS」プロジェクトは、一流クリエーターによるオリジナルのショートフィルム（短編映画）を通じ、「夢の実現に向け挑戦し続ける人を応援する」というアサヒスーパードライのメッセージをお届けしています。本年9月30日からは、その第4作目『THE WAVE』の公開を開始しました。南太平洋を舞台に、山本太郎さん演じる水中カメラマンと伝説のサーファーの熱い友情を描きました。皆様もぜひ一度ご覧ください。

アサヒ
News Flash

「健康で豊かな社会の実現に貢献します」
この経営理念のもと、アサヒビールグループは、
さまざまな活動を行っています。

「ディスクロージャー※優良企業選定」食品部門で3年連続第1位に選定

本年10月7日の表彰式に出席した当社専務取締役 後藤義弘（写真右）

「ディスクロージャー優良企業選定」は、社団法人日本証券アナリスト協会が企業の情報開示の向上を目的に毎年度実施しているものです
アサヒビール㈱は、経営陣とIR部門が連携し、株主·投資家の皆様のニーズに基づいた情報発信に努めていることが高く評価され、食品部門で3年連続第1位に選定されました。具体的には、経営分析に必要な情報開示の継続性、説明会資料での詳細情報の十分な開示、ホームページを利用した決算説明会などの情報提供、月次情報など業績のタイムリーかつ積極的な開示などが高く評価されました。
これからもアサヒビール㈱は、株主·投資家の皆様への適時·適切な情報開示に努めていきます。

※ ディスクロージャー：企業情報の開示

ホームページの「投資家情報サイト」がさらにわかりやすく、使いやすくなりました!

URL http://www.asahibeer.co.jp/ir/

投資家情報サイトの更新などをタイムリーにお知らせするIRメールニュースもご利用ください。

ご登録はこちらから

URL http://www.asahibeer.co.jp/ir/mail/index.html

社会的責任

「STOP! 未成年者飲酒プロジェクト」を開始

ビール酒造組合およびビールメーカー5社は、本年10月1日より、未成年者の飲酒防止を目的としたキャンペーン「STOP! 未成年者飲酒プロジェクト」を開始しました。
アサヒビールグループでは、かねてよりアルコール飲料を製造·販売する企業グループとしての社会的責任を果たすため、「アサヒビールグループ適正飲酒推進のための基本方針」を制定するなど未成年者の飲酒予防に取り組んでいます。
アサヒビール㈱は今後、シンボルマーク·スローガンを広告·販促物に記載し、今まで以上に未成年者飲酒防止を広く訴求していきます。

「第12回リーガルプロモーター研修」を開催

アサヒビールグループでは、「アサヒビールグループ企業倫理規程」の遵守とともに、日常業務に根ざしたコンプライアンス（法令遵守）を実践していくため、「リーガルプロモーター（LP）制度」を設けています。これは、アサヒビール㈱総務法務部が主催するコンプライアンス研修に参加したLPが、全事業場·全グループ会社で日々のコンプライアンスを実践していく取り組みです。
本年11月11日には、LPのレベルアップを図るため「第12回リーガルプロモーター研修」を開催しました。アサヒビールグループは、こうした取り組みを通じてコンプライアンスの徹底に努めています。

環境活動

アサヒビール環境基金「水の惑星」秋のキャンペーン実施

アサヒビール環境基金「水の惑星」は、アサヒビールグループが「社会との共生」を実現するために立ち上げた基金であり、アサヒビールからの拠出金や社員からの寄付、工場見学や外食店舗のお客様、株主優待での寄付により活動し、アサヒビールグループの事業に大きく関わる「水と緑」を守る活動を推進する団体を支援しています。本年10月17日～11月11日にはグループ全社員を対象とした秋のキャンペーンを実施し、多くの社員から募金が集まりました。

募金箱

研究開発

「お酒を一緒に飲みたい歴史上の人物は?」お客様生活文化研究所が100回目の調査

アサヒビール㈱お客様生活文化研究所は、人々の心豊かな生活文化の創造に役立てるため、毎週さまざまなアンケートを実施し、その結果をホームページで公開しています。記念すべき100回目となった本年8月末～9月上旬の調査では、「一度で良いからお酒を飲み交わしたい歴史上の人物」を聞きました。結果は日本の未来について語りたいと「坂本龍馬」がトップ。男女別では、男性は「ビジネスの渡世術」を学びたいと戦国武将を、女性は聞き上手の「聖徳太子」を挙げる声が目立ちました。

高バイオマス量サトウキビを用いたバイオマスエタノール製造の実証研究を平成18年から開始

アサヒビール㈱と独立行政法人農業・生物系特定産業技術研究機構 九州沖縄農業研究センターは、サトウキビを原料としたバイオマス※1エタノールの普及に向けた共同研究を進めています。これまでに、従来種に比べてバイオマス収量が格段に多い「高バイオマス量サトウキビ」を開発。これを原料にエタノールを効率よく製造するための要素技術の開発や、製造プロセスの実証研究を続けてきました。さらに平成18年1月からは、沖縄県伊江島でエタノール利用までの工程全般を通じた実証研究を開始します。計画では、栽培・収穫した高バイオマス量サトウキビを原料に砂糖とバイオマスエタノールを製造し、そのエタノールをガソリンに3%混合したガソリンを製造。伊江村の公用車で使用します。また、製糖の副産物であるバガス※2を製造プロセスの熱源や、畜舎で敷く資材、商品作物栽培の肥料として活用することも検討するなど、バイオマスエタノール製造から利用までの事業モデル確立を目指します。

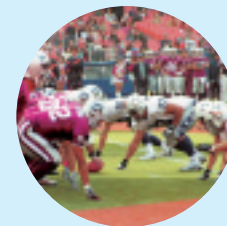
※1 バイオマス: エネルギー源となる量的生物資源のこと。太陽光や風力などの自然エネルギーとともにその普及が期待されている
※2 バガス: サトウキビから甘汁を搾ったあとのかす

従来種

高バイオマス量サトウキビ

文化・スポーツ支援

アサヒビール☆シルバースター、惜しくも「ジャパンX(エックス)ボウル」進出ならず

本年も9月にアメリカンフットボール社会人リーグ「Xリーグ」が開幕し、熱戦が繰り広げられています。2年連続で「ジャパンXボウル」準優勝と惜しくも社会人日本一を逃してきた我らがアサヒビール☆シルバースターは、チーム一丸となって奮闘。決勝トーナメント「ファイナル6」準決勝に駒を進めましたが、オービックシーガルズに7−13で敗れ、惜しくも決勝戦「ジャパンXボウル」進出はなりませんでした。今シーズンもシルバースターに熱いご声援をいただきありがとうございました。来年こそは日本一になれるよう全力で頑張ります。引き続き皆様のご声援をよろしくお願いします。

写真は本年11月5日のXリーグ鹿島ディアーズ戦。

「2005年FISA※世界ボート選手権大会」に協賛

本年8月29日～9月4日、岐阜県海津市の長良川国際レガッタコースで、アジア初の「2005年FISA世界ボート選手権大会」が開催され、ボート競技の振興・普及を応援するため、アサヒビール㈱とアサヒ飲料㈱が協賛しました。参加した選手・役員は56カ国から1,300人あまり、最終入場者数は12万人にのぼり、ボート競技になじみの薄い一般の方々にもその魅力を存分に感じていただくことができました。

写真はイメージです。

※ FISA: 国際ボート連盟

アサヒビールグループ第3四半期業績のご報告

平成17年度第3四半期（平成17年1月1日～平成17年9月30日の9カ月間）の事業概要についてご報告いたします。

当四半期の連結業績の概況

科　目	平成17年度第3四半期（1月1日～9月30日）	平成16年度第3四半期（1月1日～9月30日）	前年同期比
売上高	1兆552億円	1兆469億円	0.8%増
営業利益	636億円	774億円	17.9%減
経常利益	663億円	749億円	11.5%減
四半期純利益	360億円	312億円	15.4%増

事業別の概況

（百万円未満切り捨て）

酒類事業

売上高 7,543億74百万円（3.7%減）
営業利益 532億60百万円（22.4%減）

酒類事業では、新たな成長を実現するために、「お客様満足」を追求した新価値・新需要の創造に挑戦するとともに、ブランド品質に磨きをかけることによりお客様の「うまい!」を高め、各酒類カテゴリーの中核ブランドにおいてさらなるご支持の拡大を目指しております。

当四半期も当社は積極的な取り組みを進めましたが、ビール・発泡酒・新ジャンル市場全体が低迷した影響を受けたことなどにより、当社のビールカテゴリーの課税出荷数量は前年同期比4.2%の減少となりました。一方で焼酎、低アルコール飲料、ワインの各カテゴリーではそれぞれ売上高が増加しましたが、酒類事業では減収減益となりました。

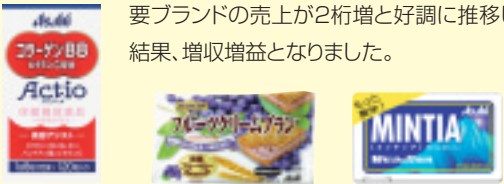
飲料事業

売上高 1,998億00百万円（28.3%増）
営業利益 79億83百万円（8.1%増）

基幹ブランド「ワンダ」「アサヒ 十六茶」「三ツ矢サイダー」のブランド力強化に加え、健康カテゴリーの「スーパーH2O」、緑茶カテゴリーの「アサヒ緑茶　若武者」の投入により売上数量が前年同期比10.1%増え、また韓国のヘテ飲料㈱の連結子会社化による増加分も含め、増収増益となりました。

食品・薬品事業

売上高 182億99百万円（14.6%増）
営業利益 4億94百万円（13億10百万円増）

機能系食品・サプリメントの分野で、「アクティオ」やバランス栄養菓子「バランスアップ」、ミント系菓子「ミンティア」など主要ブランドの売上が2桁増と好調に推移した結果、増収増益となりました。

その他事業

売上高 827億50百万円（10.0%減）
営業利益 18億26百万円（14.6%減）

主に卸事業の売上が減少した結果、減収減益となりました。

連結キャッシュ・フローの状況

【営業活動によるキャッシュ・フロー】

主に法人税等の支払額の増加や未払酒税の減少などにより、前年同期比46,097百万円収入が減少し、79,000百万円の収入となりました。

【投資活動によるキャッシュ・フロー】

主に投資有価証券の取得による支出の減少（昨年は康師傅飲品控股有限公司への出資を実施）などにより、前年同期比59,022百万円支出が減少し、42,311百万円の支出となりました。

【財務活動によるキャッシュ・フロー】

主に金融債務圧縮に努めたことなどにより、前年同期比17,545百万円支出が増加し、35,003百万円の支出となりました。

なお、当第3四半期末の現金及び現金同等物の残高は、前年同期末に比べて1,963百万円減少し15,761百万円となりました。

自己株式の取得のお知らせ

当社は平成17年8月29日開催の取締役会において、商法第211条の3第1項第2号の規定に基づき、自己株式を買い受けることを決議し、下記のとおり市場買付をいたしました。

●買付期間：平成17年9月1日～平成17年9月26日
●買付株数：7,165,800株
●買付総額：9,994,946,700円
●買付方法：東京証券取引所における市場買付

今回の自己株式の取得は経営環境の変化に対応した機動的な資本政策を遂行し、株主還元や企業価値の向上を図ることを目的として行いました。今後も株価・時期・資金の状況などを総合的に判断したうえで、自己株式の取得を前向きに検討してまいります。

～最終話～

“挑戦”
——アサヒビールのDNA

情熱をもって挑戦し続けるアサヒビール

すべては、お客さまの「うまい！」のために。——アサヒビールは、いつの時代にもお客様に視線を向けて、より高いお客様満足のために挑戦を続けています。

アサヒビールが成長を遂げてきた歴史は、そのまま“挑戦”の歴史です。今日、ビール・発泡酒市場のトップメーカーの地位をいただいているのもその成果といえます。従来の常識にとらわれることのない発想で、お客様に喜んでいただきたいという思いをもって事業に取り組んできた結果が、お客様からの支持につながっているのです。

“生のうまさ”を——びん入り「アサヒ生ビール」

例えば、生ビールづくりへの挑戦。明治33年、アサヒビールの前身である大阪麦酒は、「ビールは新しいほど“うまい”。そのうまさをお客様に知ってもらいたい」という一心で、びん入り生ビールを世に出したのです。後に「通人は生ビール」という当時の認識が、家庭へも浸透するきっかけになりました。

「アサヒ生ビール」のラベルと「一週間請合」の封緘紙（明治33年）

ビールの飲み方を大きく広げた缶入りビール

また、昭和33年9月には、他社に先駆けて日本初の缶ビール（スチール製容器、缶350㎖）を発売しました。金属臭や品質劣化といった当時の缶詰めの技術的問題を、アサヒビールは製缶メーカーと共に試行錯誤を重ねてクリアしたのです。

缶ビールの登場は、新しいビールの世界の扉を開きました。びんビールと違ってグラスを必要としないうえ、軽く、割れにくいため、どこへでも持ち運ぶことができます。また、自分のペースで気軽に楽しむことができます。こうした特長から、ビールの飲み方や飲用機会は大きく拡大しました。缶ビールは昭和35年に南極へも送られ、越冬隊員たちに1年ぶりの新鮮なビールを提供したというエピソードも残っています。

缶入り「アサヒゴールド」発売のポスター（昭和33年9月）

さらに、昭和46年には日本初のオールアルミ缶入りビールを発売。アルミ缶は品質の保持に最適の素材で、軽く、冷えやすく、空き缶の処理も容易です。いわば容器革命の先端をいくものでした。

軽く、手触りも柔らかなオールアルミ缶

「辛口」というビールの新しい味を提案した「アサヒスーパードライ」

そして昭和62年。アサヒビールは、“重くて苦い”という当時のビールの常識を覆す画期的な商品を世に送り出します。「アサヒスーパードライ」——“辛口ビール”という全く新しい切り口の生ビールは、3月17日の発売直後からお客様の圧倒的な支持を得て初年度1,350万箱という驚異的なヒットを記録しました。

翌昭和63年6月の「この味が、ビールの流れを変えた。」という広告のメッセージは、アサヒビールの確信を表すものでした。同業他社がドライビールを一過性のブームと捉えて追随したのに対し、アサヒビールの取り組みの姿勢は根本から異なっていました。そこには確固とした裏付けがあったのです。

開発に先駆け、アサヒビールは5,000人にのぼるお客様嗜好調査を実施していました。「アサヒスーパードライ」は、その結果から判明したお客様にとっての理想のビール——「喉ごしの良い、すっきりした味わいのビール」「キレが良くドライな生ビール」を実現した商品なのです。徹底したお客様視点に立ち、お客様の嗜好の変化を的確に捉えた商品だからこそ、大きな支持を得ることができたのです。アサヒビールは、その後市場に巻き起こったいわゆる“ドライ戦争”にも圧倒的勝利を収めました。

「アサヒスーパードライ」の斬新なラベルを強調したポスター（昭和62年）

「アサヒスーパードライ」は現在、国内はもちろん、世界でも有数のビールブランドとしてビールファンに愛され続けています。

お客様の多様なニーズにお応えするために——総合酒類企業へ挑戦

平成13年4月、アサヒビールは、以前から資本関係にあったニッカウヰスキー㈱の販売部門を統合し、総合酒類化に向けて新たな一歩を踏み出しました。続いて、平成14年9月には総合酒類新体制をスタート。協和発酵工業㈱、旭化成㈱の酒類事業の譲受、マキシアム・ジャパン㈱との戦略的販売提携により、アサヒビールグループは清酒を除くすべての酒類カテゴリーの製造・販売免許を取得し、焼酎や低アルコール飲料、輸入洋酒、高級ワインなどでブランド力のある商品をラインナップに加えることができました。

いつもお客様のために——喜びと明日への活力を提供するアサヒビール

アサヒビールは、企業活動に関わるすべてのステークホルダー（利害関係者）をお客様と捉え、お客様に商品・サービスでご満足いただくことが、結果として業績にも結び付き、企業価値の向上につながると考えています。

お客様のために常に新たな挑戦を続ける精神こそが、アサヒビールのDNA。これからも一人ひとりが情熱をもって、お客様満足を追求していきます。

「アサヒビールの履歴書」をご愛読いただき、ありがとうございました。
次号から新連載を開始します。

すべては、お客さまの「うまい!」のために。

登場

「アサヒ新生」から、“2”を超えて“いきなり3”のおいしさを実現

「アサヒ新生」の“キリッとしたのどごし”はそのままに、雑味を低減し、“キレ”を徹底的に追求した「アサヒ新生3」を新発売しました。この進化を遂げるため、大豆ペプチドとスーパードライ酵母を使用した「新生高発酵製法」に磨きをかけるとともに、仕込み工程で大豆ペプチド・酵母エキス・ホップを絶妙なレシピで仕込む「新生トライアングル仕込み法」を開発。日々進化するお客様のニーズにお応えし、「アサヒ新生」から“2”を超え“いきなり3”のおいしさをご提案します。パッケージは、今回の味キーワードである、“キレ×スッキリ×クリア”とカジュアル感を訴求するため、ブルーを新たに採用しました。

平成17年11月22日発売
缶500㎖、缶350㎖、缶250㎖
希望小売価格は設定していません。

「アサヒ新生3」開発担当者　新商品開発第一部　梶浦瑞穂

新生の味をさらに磨くなか、商品開発段階では新生2が存在していましたが、「2」を超え、飛躍的な進化を遂げた「新生3」が誕生しました。ネーミングにはお客様に「進化」をわかりやすくお伝えするため、数字を採用しました。
「進化した新生3」をよろしくお願いします。

酵母入りびん内2次発酵ビール アサヒ スーパーイースト 刻刻の生ビール 新発売

お客様にビールのおいしさや文化をご提案する「ビールのおいしさ探求プロジェクト」。その第二弾として、びん内の酵母による2次発酵で“時とともに華やかな香りが加わり変化する味わい”をお楽しみいただける「アサヒスーパーイースト刻刻の生ビール」を新発売しました。製造直後は豊かでまろやかな味わい。その後、華やかな香りが徐々につき、約1カ月後には、味わいのまろやかさが増します。2～3カ月後には、華やかな香りと豊かでまろやかな味に加え、スッキリとしたあと味をお楽しみいただけます。
ネーミングは、平成元年に発売した日本初の酵母入りびん内熟成ビール「アサヒスーパーイースト」を冠し、時間の経過を表現する「刻刻」を加えた「アサヒスーパーイースト刻刻の生ビール」とし、パッケージには側面からビール中の酵母をご確認いただけるよう加工したフィルムを新たに採用しました。

平成17年11月30日　第一次地区発売
（北海道、青森、秋田、岩手、宮城、山形、福島の1道6県）
平成17年12月7日　第二次地区発売
（茨城、栃木、群馬、山梨、長野、新潟、千葉、埼玉、東京都、神奈川の1都9県）
スタイニーびん334㎖
希望小売価格は設定していません。

平成17年2月上旬までの期間限定、関東甲信越以北の地区限定商品です。

「アサヒ酵母ナンバー」第2回発売

「ビールのおいしさ探求プロジェクト」の第一弾商品である「アサヒ酵母ナンバー」は、アサヒビールが誇る酵母バンクのなかから4つの酵母を厳選し、酵母の違いによる味わいの違いを実感していただける麦芽100%ビールです。その商品特性が非常に高い関心を呼び、予約受注終了後も多くのご注文をいただきました。発売後のお客様アンケートでも「どのビールも個性があってうまい」「自宅で酵母の違いによる利きビールができる」などの声をいただいていることから、ご好評にお応えし第2回発売をします。

平成17年12月14日発売　缶350㎖　希望小売価格は設定していません。

「アサヒカクテルパートナー 冬の限定缶」ホワイトシュプール、スノーベリー新発売

従来の果汁ミックスタイプとは異なる、さわやかな「ヨーグルトテイスト」のカクテルです。クリスマスや忘年会、新年会といった冬の華やかなパーティーに最適。アサヒカクテルパートナーの新しいおいしさをお楽しみください。

平成17年11月9日発売
缶350㎖／140円
（缶500㎖／190円もあります）

「アサヒ旬果搾り 冬限定缶」愛媛いよかん、ルビーグレープフルーツ新発売

冬の代表的な果物・いよかんを使った「愛媛いよかん」は、和柑橘特有の爽やかな香りと、甘味と酸味のバランスが絶妙なチューハイです。「ルビーグレープフルーツ」は、冬に収穫期を迎えるフロリダ産を使用し、甘味が強くて酸味が少ない、まろやかな甘酸っぱい味わいに仕上げています。

平成17年10月19日発売
缶350㎖／140円

「アサヒ旬果搾り 冬限定缶」第二弾 ブラッドオレンジ新発売

12月頃から収穫される、真っ赤な果肉が特徴のブラッドオレンジ。イタリア・シシリー島産のその果汁を使用し、やや強い酸味と爽やかな甘味、心地よい苦味をいかした味わいのチューハイに仕上げました。赤みを帯びた液色で、華やかなシーンにもぴったりです。

平成17年12月7日発売
缶350㎖／140円

冬の限定缶は、いずれも平成18年2月までの季節限定商品です。

特別な表示がない限り表示されている価格は希望小売価格（消費税別）です。

新商品トピックス

「いも焼酎かのか」「本格芋焼酎さつま司」全国発売

これまで地区限定で発売してきた「いも焼酎かのか」と「本格芋焼酎さつま司」の全国発売を開始しました。「いも焼酎かのか」は、ふくよかな甘い香りと軽やかにして芳醇な味わいが特長。「さつま司」は、心地よいほのかな香りと軽快な味わいで、既存の芋焼酎ファンだけでなく幅広いお客様にお楽しみいただけます。

平成17年11月9日発売
「いも焼酎かのか」
25度　1,800㎖紙パック／1,500円
25度　220㎖ペットボトル／208円
「本格芋焼酎さつま司」
25度　720㎖びん／1,100円
25度　1,800㎖びん／2,000円

「やわらぎ」リニューアル

軽やかな味わいと飲みやすさにこだわったワイン「やわらぎ」をリニューアルし、サントネージュブランドで発売しました。開けやすいスクリューキャップと飲みきりサイズはそのままに、中味とラベルデザイン、ボトル仕様を変更。赤は香りがより柔らかく、白はよりすっきりとした味わいとなり、料理との相性がさらによくなりました。

平成17年11月22日発売　300㎖／295円

アサヒ飲料㈱

「フォション ハッピー・ベリー・ティー」新発売

クリスマス・お正月の季節をハッピーな気分で過ごすための、香りを楽しむ「フォション」のウィンターストレートティー。完熟ベリー&華やかなローズの自然由来の香りと厳選セイロン紅茶の深みあるすっきりとした味わいが特長です。

平成17年11月16日発売　PET500㎖／150円

「アサヒ ほおばる葡萄」新発売

果物のぶどうをほおばった時のような果汁感のぶどう飲料。濃厚でうまみのある芳香豊かな味と香りとぶどうをほおばった時のようなウルッとした飲み心地が特長です。

平成17年12月7日発売　PET500㎖／150円

アサヒフードアンドヘルスケア㈱

話題の「CoQ10」に3種のビタミンBを配合した新しいサプリメント「アクティオ CoQ10（コーキューテン）」新発売

「アクティオ　CoQ10（コーキューテン）」は、体内でエネルギーを作り出すために必要な「CoQ10」を、1日目安量の3粒に60mg配合したサプリメントです。さらに、エネルギーの産生や美容に役立つ3種のビタミンB（B1･B2･B6）も配合しています。若々しく元気でいたい方や美容が気になる方にオススメです。

平成17年10月24日発売　60粒（20日分）／1,150円

特別な表示がない限り表示されている価格は希望小売価格（消費税別）です。

株主メモ

項目	内容
決算期	12月31日
定時株主総会	3月
利益配当金支払株主確定日	12月31日
中間配当金支払株主確定日	6月30日
1単元の株式の数	100株
名義書換代理人	大阪市中央区北浜四丁目5番33号　住友信託銀行株式会社
同事務取扱場所	東京都千代田区丸の内一丁目4番4号　住友信託銀行株式会社 証券代行部
（郵便物の送付先 および連絡先）	〒183-8701 東京都府中市日鋼町1番10　住友信託銀行株式会社 証券代行部 住所変更等用紙のご請求 0120-175-417 ・オペレーター対応※（平日9:00-17:00） ・自動音声対応　（平日上記時間帯以外及び土・日・祝日） ※オペレーター対応が混み合っている場合、自動音声対応となることがございます。 その他のご照会 0120-176-417 ・オペレーター対応　（平日9:00-17:00）
（ウェブサイト）	http://www.sumitomotrust.co.jp/STA/retail/service/daiko/index.html ・住所変更等用紙のご請求（8:00-翌3:00）
同取次所	住友信託銀行株式会社 全国本支店 大和証券株式会社 全国本支店 日本証券代行株式会社 全国本支店
公告掲載新聞	東京都において発行する日本経済新聞 ただし、決算公告に代えて貸借対照表及び損益計算書をインターネット上の当社ウェブサイトに掲載しています。 http://www.asahibeer.co.jp/ir/koukoku.html

株式事務のお問い合わせはこちら

株式に関するお手続き用紙（届出住所・印鑑・姓名等の変更届、配当金振込指定書、単元未満株式買取請求書・買増請求書、名義書換請求書等）のご請求につきましては、**住友信託銀行**にて、お電話ならびにインターネットにより受け付けておりますので、ご利用ください。

なお、証券保管振替機構（ほふり）をご利用の株主様は、お取引口座のある証券会社にご照会ください。

アサヒふれあい広場

「アサヒふれあい広場」は、各種キャンペーンや工場見学、株主様アンケートの集計結果をご紹介するコーナーです。次号(来年3月発行予定)からは「アサヒサポーターひろば」とコーナー名を変更し、より充実したコーナーにしていきます。

キャンペーン情報

アサヒビールは、消費者向けキャンペーンを多数実施しています。皆様のご応募をお待ちしています。

「ウェブサイト」「携帯サイト」のご案内

アサヒビールの「ウェブサイト」にある<キャンペーン・イベント>コーナーでは、お酒やソフトドリンクのキャンペーン情報などを多数掲載しています。また、「携帯サイト」の<新着・お得情報>コーナーにもプレゼントやキャンペーンなどのお得な情報が満載です。ぜひ、一度アクセスしてください。

ウェブサイト・携帯サイトもアドレスは同じ!!

http://www.asahibeer.co.jp

■ウェブサイト

■携帯サイト

ビール工場見学のご案内

全国9つのビール工場では、工場見学を随時受け付けています。ビールの製造工程を見学できるのはもちろん、できたてのおいしいビールも味わっていただけます。皆様のご来場をお待ちしています。なお、工場見学は予約制です。事前にお電話で各工場にご予約ください。

工場	電話番号
北海道工場	TEL. 011-863-3515
福島工場	TEL. 0243-34-1170
茨城工場	TEL. 0297-45-7335
神奈川工場	TEL. 0465-72-6270
名古屋工場	TEL. 052-792-8966
吹田工場	TEL. 06-6388-1943
西宮工場	TEL. 0798-36-9595
四国工場	TEL. 0897-53-7770
博多工場	TEL. 092-431-2701

「モバイル企業情報サイト」を開設しました!

http://m-ir.jp/c/2502

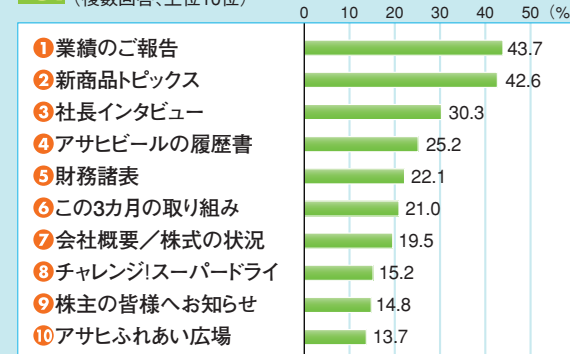
会社概要や業績概況をはじめ、株主優待、配当金推移などの情報をいつでも、どこからでもご覧いただける「モバイルサイト」を開設しました。「終値くん」にご登録していただくと、アサヒビール株価の終値を毎日確認していただくこともできます。ぜひご活用ください。

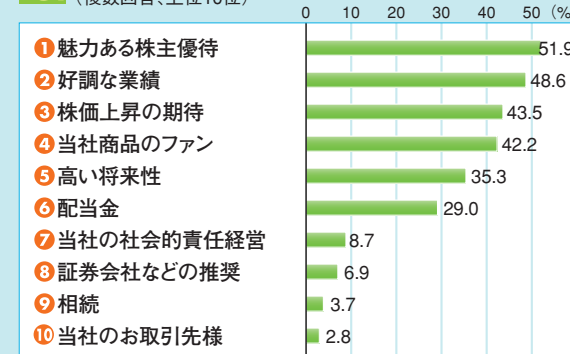
バーコード読み取り機能を搭載している携帯電話で右のQRコードを読み込むと「モバイル企業情報サイト」のURLが表示されますので、決定ボタンを押すだけで簡単にアクセスできます。

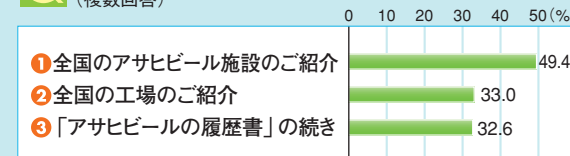
※バーコード読み取り機能を搭載している携帯電話でご利用になれます。
※読み取り方法は、各種の取扱説明書をご覧ください。
※傷、汚れ、破損、光の反射などによっては読み取れない場合があります。

アンケートの集計結果

第82期中間事業報告書に同送した「株主様アンケート」の集計結果をご報告します。
今回も、10,000名を大幅に超える株主の皆様からご回答をいただきました。ありがとうございます。

Q どの記事に関心を持ちましたか?
(複数回答、上位10位)

「業績のご報告」へのご関心が40%を超えトップとなりました。また「新商品トピックス」「社長インタビュー」も引き続き高いご関心をいただいています。3回目の掲載となった「アサヒふれあい広場」へのご関心も高くなってきたようです。

Q 当社株式を保有している理由は何ですか?
(複数回答、上位10位)

「魅力ある株主優待」を理由に保有していただいている株主様が増えています。「好調な業績」「当社商品のファン」を理由に挙げる方も前回アンケートより多くなっています。当社の新しい株主様の株式保有理由はますます多様化しているようです。

Q 「アサヒビールの履歴書」の続きのご希望は?
(複数回答)

「全国のアサヒビール施設のご紹介」や「全国の工場のご紹介」など、当社関連施設へのご関心が高いようです。皆様のご意見を参考にして、新しい連載を検討させていただきます。

Q 事業報告書へのご評価をお聞かせください。

「5点」と「4点」で76%を超え、4人に3人の方から高い評価をいただくことができました。ありがとうございます。これからも皆様に隅々まで読んでいただけるコミュニケーション誌を目指してまいります。

編集後記

事業報告書に「アサヒスーパーレポート」という誌名を付け、リニューアルしてから早いもので足掛け3年経ちました。また、連載していた「アサヒビールの履歴書」も今号で終了しました。そこで、次号から誌面の刷新を予定しております。皆様からいただいたご意見・ご感想を参考に、さらに双方向コミュニケーションを深めていけるような誌面づくりをしてまいります。どうぞ3カ月後に発行する次号にご期待ください。

INFORMATION

株主の皆様へお知らせ

株主優待のご案内は、来年3月を予定しています。

写真は本年の株主様限定特製ビール（2,500円相当）です。

「株主様アンケート」でも、ご期待の声をたくさんいただいている当社の株主優待。次回の株主優待の対象となる株主様は、平成17年12月31日現在の当社株主名簿および実質株主名簿にお名前が記載されている、当社株式100株以上保有の株主様です。ご案内は、来年3月、定時株主総会の招集通知に同送する予定です。あと3カ月ほどお待ちいただきますようよろしくお願い申しあげます。

会社概要

平成17年6月30日現在

商　号	アサヒビール株式会社（ASAHI BREWERIES, LTD.）
本店所在地	〒104-8323 東京都中央区京橋三丁目7番1号
設　立	昭和24年9月1日
資本金	182,531,194,085円
従業員数	3,593名（65名） ※従業員数は就業人員であり、当社への出向者（270名）を含み、関係会社への出向者を除いています。 なお、臨時従業員数は（　）に期中平均人員を外数で記載しています。
会計監査人	あずさ監査法人（東京都新宿区津久戸町1番2号）

アサヒビール株式会社
http://www.asahibeer.co.jp
お問い合わせは「お客様相談室」まで
0120-011121